Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah *p-ISSN 2656-5021*
Volume 8 Halaman 37-44 April 2023 *e-ISSN 2657-1579*

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG TEMATIK DALAM MEWUJUDKAN *SMART CITY* KOTA BANJARBARU PADA KAMPUNG SAYUR LANDASAN ULIN UTARA

Trisylvana Azwari [1,*], Dewi Purboningsih[1], Sri Listiana[1,] Syahrul Shiddiq Abdi[1]
[1] Administrasi Publik FISIP ULM, Banjarmasin, Indonesia
*Penulis korespondensi: trisylvana.azwari@ulm.ac.id

Abstrak. Penduduk Kota Banjarbaru selalu meningkat tiap tahunnya. Kondisi ini menuntut Pemerintah Daerah untuk dapat memaksimalkan potensi sumber daya yang dimiliki serta meminimalisir kendala atau masalah yang dihadapi. Sebagai kota yang terbilang muda, Banjarbaru berusaha untuk memperkuat reputasi pertumbuhannya sebagai kota teknologi di Indonesia. Pemerintah kota Banjarbaru telah merumuskan Masterplan *Smart City* 2018-2023 yang merupakan dokumen perencanaan pembangunan dan pengembangan *Smart City* yang berupa inisiatif-inisiatif program berserta peta jalannya. Salah satu pembangungan dan pengembangan daya Tarik objek wisata yaitu mengembangkan Wisata Kampung Tematik. Salah satu objek wisata yang berada di bawah Kampung Tematik adalah Kampung Sayur LAURA. Kampung Sayur LAURA saat ini memiliki kendala yaitu belum adanya sarana dan prasarana yang memperkenalkan *brand* wisata. Serta permasalahan lain yaitu berkurangnya presentase lahan pertanian dikarenakan adanya alih fungsi lahan menjadi perumahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunkan teknik pengumpulan data yaitu observasi lapangan, wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat tiga pilar dalam *Smart Branding* sebagai dasar Strategi Pengembangan Wisata Kampung Tematik Dalam Mewujudkan *smart city* Kota Banjarbaru (studi kasus Kampung Sayur Laura) yaitu: *Tourism Branding, Business Branding* dan *City Appearance Branding.* Namun ketiga pilar tersebut belum terlaksana dalam pengembangan wisata kampung tematik kampung sayur Kota Banjarbaru. Hal ini dikarenakan adanya faktor penghambat sehingga kampung sayur LAURA belum memenuhi syarat sebagai obyek wisata. Faktor penghambat tersebut yaitu belum adanya sentra wisata kampung sayur, tidak ada lahan kosong milik pemerintah untuk pembangungan infrastruktur sebagai sarana penunjang untuk wisatawan, belum adanya akses transportasi umum, serta belum terbentuknya kelompok sadar wisata (POKDARWIS).

Kata kunci: kampung sayur, kampung tematik, *smart city*, strategi, wisata

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang berupaya mengembangkan pembangungan kota cerdas (*Smart City*). Kota Cerdas (*Smart City*) merupakan tranformasi pengelolaan kota yang tradisional menjadi pengelolaan kota cerdas. *Smart City* adalah konsep kota cerdas yang dirancang guna membantu berbagai kegiatan masyarakat serta memberikan kemudahan mengakses informasi kepada masyarakat. Konsep ini menekankan pada tiga konsep, pertama, sebuah konsep yang diterapkan oleh sistem pemerintahan daerah dalam mengelola masyarakat perkotaan, kedua mensyaratkan pengelolaan daerah terhadap segala sumber daya dengan efektif dan efisien dan ketiga *Smart City* diharapkan mampu menjalankan fungsi penyedia informasi secara tepat kepada masyarakat dan mampu mengantisipasi kejadian yang tak terduga.

Konsep *Smart City* muncul karena adanya faktor peningkatan populasi masyarakat yang tinggal di perkotaaan. Menurut BPS (2014), tingkat pertumbuhan penduduk perkotaan sebesar 2,75 % pertahun, pada tahun 2015 59, 37% penduduk telah tinggal di kota dan diperkirakan meningkat menjadi 82,37% penduduk akan tinggal di kota pada tahun 2045. Hal ini akan meningkatkan permasalahan perkotaan antara lain pengangguran, kesenjangan, kemiskinan, kemacetan, polusi, persampahan, kriminalitas, keterbatasan dan sumber daya alam dan sebagainya.

Penduduk Kota Banjarbaru memiliki peningkataan setiap tahunnya. Tercatat pada tahun 2017 terdapat 248.423 jiwa meningkat menjadi 253.442 jiwa di tahun 2020 (Badan Pusat Statistik Kota banjarbaru, 2021). Bertambahnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun serta terbatasnya sumberdaya alam menjadikan pengelolaan kota menjadi semakin kompleks. Kondisi ini menuntut Pemerintah Daerah untuk dapat memaksimalkan potensi sumber daya yang dimiliki serta meminimalisir kendala atau masalah yang dihadapi.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

Sebagai kota yang terbilang muda, Banjarbaru berusaha untuk memperkuat reputasi pertumbuhannya sebagai kota teknologi di Indonesia. Pemerintah kota Banjarbaru telah merumuskan Masterplan *Smart City* 2018-2023 yang merupakan dokumen perencanaan pembangunan dan pengembangan *Smart City* yang berupa inisiatif-inisiatif program berserta peta jalannya *(road map*). Secara umum, tujuan inisiatif *Smart City* Kota Banjarbaru dibuat adalah (1) meningkatkan kualitas hidup masyarakat; (2) meningkatkan ekonomi masyakarat; dan (3) meningkatkan keberlangsungan lingkungan hidup dengan menggunakan 3 (tiga) pendekatan, yaitu: (a) pendekatan pemanfaatan teknologi infomatika dan komunikasi; (b) pendekatan pemberdayaan potensi kota; serta c) pendekatan pemberdayaan manusia yang berkesinambungan.

Adapun dimensi-dimensi yang terdapat di dalam *Smart City* itu sendiri yaitu *Smart Governance, Smart Branding, Smart Economy, Smart Living, Smart Society* serta *Smart Environment*. Dimensi *Smart Branding* merupakan dimensi kedua dalam *Smart City* yaitu branding daerah yang pintar. *Smart Branding* dalam memasarkan daerahnya mampu meningkatkan daya saing daerah dengan mengembangkan tiga elemen yaitu pariwisata, bisnis dan wajah kota (Draf *Masterplan Smart City* Kota Banjarbaru 2018-2023).

Berdasarkan hal tersebut, dalam mewujudkan dimensi *Smart Branding*. Pemerintah Kota Banjarbaru berupaya untuk meningkatkan pembangunan destinasi pariwisata di wilayah Kota Banjarbaru. Sebagaimana tertuang dalam (Peraturan Daerah Kota Banjarbaru Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Tahun 2019-2034, 2019), salah satu pembangungan dan pengembangan daya Tarik objek wisata yaitu mengembangkan Wisata Kampung Tematik yang meliputi Kampung Iwak, Kampung Purun, Kampung Pembuat dan Penjual Jamu Loktabat , Kampung Sayur, Kampung Pelangi dan Kampung Herbal sebagai sentra wisata industri.

Kampung Sayur di Kelurahan Landasan Ulin Utara (LAURA) merupakan salah satu kawasan yang terdaftar sebagai objek wisata di Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru berupa kampung tematik berbasis agroindustry (Badan Pusat Statistik Kota banjarbaru, 2021). Kampung Sayur merupakan wilayah yang sangat potensial terhadap pengembangan hasil pertanian terutama sayuran (Rachmawaty & Wulansari, 2021). Sejak tahun 2014, Wisata kampung tematik Kampung Sayur LAURA (Landasan Ulin Utara) diresmikan oleh Walikota Banjarbaru bekerjasama dengan Bank Rakyat Indonesia.

Wisata kampung tematik merupakan salah satu upaya pemerintah kota untuk menggali kearifan lokal. Kearifan lokal yang dimiliki oleh Kelurahan Landasan Ulin Utara yaitu potensi hasil pertanian sayuran terbanyak dan salah satu pemasok sayur terbesar di Kalimantan Selatan. Namun demikian pengembangan wisata kampung sayur ini belum optimal terlaksana dan bahkan pada kenyataannya hanya bersifat temporer. Selain itu, Kampung Sayur LAURA saat ini memiliki kendala yaitu belum adanya sarana dan prasarana yang memperkenalkan brand wisata tersebut (Zidane & Oktaviana, 2021). Serta permasalahan lain yaitu berkurangnya presentase lahan pertanian dikarenakan adanya alih fungsi lahan menjadi perumahan. Padahal jika dicermati bentuk pengembangan wisata tematik kampung sayur yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Banjarbaru sangat menarik dan berpotensi untuk berkembamg dalam mendukung pembangunan sektor kepariwisataan khususnya dalam bidang wisata edukasi dalam mewujudkan *Smart City*.

Setelah ditetapkannya Kota Banjarbaru menjadi Ibu Kota Kalimantan Selatan yang tertuang dalam Undang-undang dan telah disahkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) saat rapat paripurna pada Selasa tanggal 15 Februari 2022 (Haswar & Setyaningrum, 2022) menjadi pembuka peluang yang semakin besar dalam mewujudkan *Smart City* di sektor keparawisataan.

Penataan kota dalam sektor pariwisata akan menjadi hal utama dalam meningkatkan perekonomian kota. Kampung Sayur LAURA tentu akan menjadi tempat pariwisata yang berbasis kearifan lokal dengan tatanan etnik dan hasil sayuran yang segar. Dengan pemindahan Ibu Kota ke Banjarbaru membuat Kampung Sayur Laura menjadi salah satu potensi pariwisata yang akan menjadi ciri khas Ibu Kota Kalimantan Selatan.

Dalam penelitian Zidane (2021) yang berjudul Sentra Jajanan Sehat Di Kampung Sayur Landasan Ulin Utara Banjarbaru menyebutkan bahwa kawasan tersebut menjadi sarana untuk berwisata kuliner bagi masyarakat, di mana sebagai tempat wisata kuliner memerlukan suatu daya tarik agar kelompok pedagang dapat mempromosikan produk jajanannya secara optimal. Agar dapat mencapai tujuan tersebut, sentra jajanan juga harus memiliki keunikan objek arsitektur dan lanskap (pemandangan) kawasan yang dapat dilihat serta aktivitas menarik untuk melibatkan partisipasi pengunjung (Karyono, 1997). Detail yang khas pada suatu kawasan dan bangungan tentu sangat berperan sebagai pembentuk jati diti dari Kampung Sayur LAURA agar secara visual lebih menarik.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mendeskripsikan terkait strategi pengembangan wisata Kampung Tematik di Kampung Sayur LAURA serta menganalisis lebih dalam terkait faktor-faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi pengembangan wisata Kampung Tematik di Kampung Sayur LAURA dalam mewujudkan *Smart City* Kota Banjarbaru.

2. METODE

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memaparkan situasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan wisata dalam mewujudkan *smart city* yang berfokus pada dimensi *smart branding*. Lokasi penelitian disesuaikan dengan objek penelitian yaitu di Kampung Sayur Landasan Ulin Utara Kota Banjarbaru. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan yaitu *pertama,* reduksi data yang diperoleh dari para petani di kampung sayur LAURA dan dari Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarbaru serta Kantor Kelurahan Landasan Ulin Utara; *kedua*¸ penyajian data dengan memilah data-data yang didapatkan dilapangan baik data dari hasil wawancara dengan berbagai informan; *ketiga,* penarikan kesimpulan berdasarkan hasil yang telah didapatkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Strategi Pengembangan Wisata Kampung Tematik di Kampung Sayur LAURA Dalam Mewujudkan Smart City Kota Banjarbaru

Berdirinya Kampung Sayur Landasan Ulin Utara Kota Banjarbaru berawal dari Walikota sebelumnya pada tahun 2014 dengan meresmikan Kampung Tematik untuk dijadikan objek wisata bagi tiap kelurahan yang memiliki ciri khas. Setiap kelurahan pada saat itu diperintahkan oleh Walikota untuk menggali potensi ciri khas tiap kelurahan agar ada kampung-kampung yang bersifat tematik untuk dijadikan *icon* atau ciri khas tiap wilayahnya.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Lurah Landasan Ulin Utara Bapak Syafrullah yang mengatakan bahwa:

"*latar belakang berdirinya kampung sayur kisaran tahun 2014 saat lurah sebelumnya yaitu Pak Bayu yang mengusulkan terbentuknya kampung sayur sebagai bagian dari Kampung Tematik. Hakikatnya, kisaran 80% masyarakat Landasan Ulin Utara ini adalah petani sayur, sehingga mendapatkan julukan sebagai Kampung Sayur. Selain itu, dari kewilayahan kampung sayur LAURA ini lahannya sangat subur, sehingga sangat cocok dijadikan lahan pertanian dan perkebunan*". (wawancara, 23 Juni 2022).

Hasil wawancara dengan Bapak Wida Dewayana sebagai JFT Adyadma Kepariwisataan dan EKRAF di Dinas Pemuda dan Olahraga, Kebudayaan dan Parawisata mengenai munculnya kampung sayur di Kota Banjarbaru mengatakan:

"*pada saat periode Walikota sebelumnya merancangkan program dalam pengembangan wisata di Kota Banjarbaru, yaitu agar setiap kelurahan mencari objek-objek yang bisa dijadikan icon untuk dijadikan tempat wisata/ destinasi dalam rangka pengembangan pariwisata Kota Banjarbaru. Pada dasarnya, kota banjarbaru ini tidak ada budaya dan tidak ada alam pendukung, kebanyakan hanya tempat-tempat wisuta buatan. Hal ini lah yang mendukung terbentuknya Kampung Tematik. Saat ini Kota Banjarbaru lebih menjual terkait cafe dan kuliner".* (wawancara, 23 Juni 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa kampung wisata yang diresmikan oleh Walikota sebelumnya adalah untuk mendukung pariwisata Kota Banjarbaru yang pada dasarnya tidak mempunyai ciri khas pariwisata yang dapat meningkatkan perekonomian Kota Banjarbaru. Namun dalam pengelolaan kampung wisata pada saat ini, khususnya kampung sayur LAURA ini belum terdapat program-program pemerintah Kota Banjarbaru dalam mengembangkan wisata kampung sayur LAURA seperti penuturan Bapak Wida Dewayana di bawah ini:

"untuk saat ini memang belum ada program-program yang telah dilaksanakan oleh pemerintah Kota Banjarbaru. Saya pribadi memang pernah ke Kampung Sayur tetapi dari DISPORABUDPAR khususnya Bidang Pariwisata memang belum ada berkunjunga ke Kampung Sayur, karena sektor yang memang lebih cocok masuk ke Kampung Sayur tersebut adalah Dinas Pertanian, karena berhubungan dengan pengelolaan sayur. Kami bidang pariwisata hanya bertugas untuk mempromosikan saja". (wawancara, 23 Juni 2022)

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

Hal ini juga dibenarkan oleh Bapak Syafrullah selaku Lurah Landasan Ulin Utara. Beliau mengatakan bahwa:

"program kampung sayur laura seiring dengan waktu terabaikan sedikit demi sedikit, kemudian lahan-lahan perkebunan yang dijadikan objek kampung sayur berubah alih fungsi menjadi perumahan warga. Dan program walikota sekarang tidak lagi berfokus pada kampung wisata tematik tetapi berfokus pada program RT mandiri yang merupakan program unggulan untuk saat ini". (wawancara , 23 Juni 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa diperlukannya srategi dalam pengembangan wisata di Kota Banjarbaru untuk bisa menonjolkan kampung tematik itu sendiri khususnya kampung sayur LAURA agar tidak terabaikan dan dapat menjadi sektor perekonomian bagi masyarakat petani yang berada di kampung sayur laura seperti kata Bapak Suyatno selaku Ketua Tani Subur Rezeki "akibat adanya peresmian kampur sayur laura, perekonomian di daerah sini sangat bagus dan lancar". (wawancara: 23 Juni 2022).

3.2. Strategi *Smart Branding*

3.2.1. *Tourism Branding*

Sebagai kota yang besar dan terbilang baru, Kota Banjarbaru merupakan salah satu kota yang mempunyai konsep *smart city* dalam mendukung pengembangan kotanya. Konsep *smart branding* yang menjadi salah satu dimensi dalam *smart city* menjadi strategi untuk meningkatkan kualitas kota Banjarbaru. Pengembangan wisata di kampung sayur laura menjadi fokus utama dalam penelitian ini. *Tourism Branding* menjadi salah satu strategi dalam pengembangan wisata di kampung sayur LAURA. Tourism Branding ini melihat dari bagaimana pihak pemerintah daerah dan masyarakat di kampung sayur saling berkerja sama.

Pengembangan destinasi wisata alam memang cocok untuk kampung sayur LAURA. Kampung yang sangat asri ini seharusnya mampu menarik minat masyarakat luar untuk mendatangi objek wisata satu ini. Namun, dalam membangun dan mengembangan destinasi di wilayah kampung sayur laura harus bisa dilihat juga dari layak atau tidaknya bagi wisatawan yang datang. Bapak Syafrullah selaku Lurah Landasan Ulin Utara mengatakan bahwa:

"harapan saya sebagai lurah di sini, menginginkan ada rencana untuk menciptakan objek wisata petik sayur seperti wisata di Malang yaitu wisata petik apel. Objek wisata tersebut melingkup memberikan kesenangan bagi wisatawan untuk memetik sayur sendiri. Selain itu, ada edukasi terkait cara bertani dan berkebun dalam penanaman sayur". (wawancara, 23 Juni 2022)

Kampung sayur LAURA sebagai destinasi wisata yang layak bagi wisatawan di dukung oleh warga di kampung sana. Sebagai masyarakat yang mengelola kampung sayur, mereka sangat antusias kampung sayur LAURA dikembangkan menjadi objek wisata dan menjadi program unggulan dari *smart branding*. Bapak Agung selaku anak ketua Kelompok Tani Subur Rezeki menyatakan:

"bagi saya mewakili, masyarakat pasti sangat antusias sekali mendukung dan memberikan tanggapan positif terkati hal tersebut, karena dapat memberikan impact positif bagi masyarakat di Kampung Sayur LAURA ini. Selain itu, dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dan menjadi icon wilayah di landasan ulin utara." (wawacnara, 23 juni 2022)

Membangun dan mengembangkan objek wisata yang layak bagi wisatawan tentu memerlukan dana yang tidak sedikit. Sebuah objek wisata sangat perlu dukungan dan sokongan dari pemerintah pusat maupuan daerah agar menjadi tempat wisata yang layak bagi wisatawan. Penuturan dari pihak pemerintah daerah yaitu Dinas Pemuda dan Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarbaru dengan Bapak Wida Dewanaya menyatakan:

"sampai saat ini belum ada alokasi dana untuk Kampung Sayur LAURA. Dana ini terbagi menjadi dua, dana DAK fisik dan dana DAK non fisik. Untuk dana DAK fisik, salah satu syaratnya adalah tanah harus milik pemerintah, bila tidak ada tanah pemerintah, maka tidak bisa membangun sebuah infrastruktur. Kecuali masyrakat mau menghibahkan tanah untuk dijadikan pembangunan infrastruktur sebagai penunjang fasilitas bagi wisatawan. Sedangkan yang saya tau, tidak ada tanah kosong milik pemerintah di kampung sayur LAURA dalam konteks lahan kosng untuk membangun infrastruktur sebagai penunjang destinaswi wisata." (wawancara, 23 Juni 2022)

Ditegaskan kembali oleh beliau bahwa salah satu syarat suatu tempat bisa dijadikan destinasi wisata adalah dengan 3A, yaitu: Aminitas (sarana dan prasarana), Aksesbilitas dan Atraksi. Faktanya bahwa

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

dilapangan menunjukkan kampung sayur Laura belum memenuhi syarat tersebut seperti sarana dan prasarana untuk pengunjung.

Hal ini dibenarkan oleh Lurah Landasan Ulin Utara, beliau mengatakan "penyediaan sarana dan fasilitas untuk wisatawan memang belum ada, paling hanya akses jalan yang terbilang bagus, karena pada hakikatnya, Kampung Sayur Laura ini memang dikatakan belum menjadi objek wisata".

Penjelasan di atas menunukkan bahwa kampung sayur LAURA masih menjadi kampung yang belum menjadi objek wisata. Ini dikarenakan kampung sayur LAURA terbentuk secara alami. Penduduk yang tinggal di kampung sayur merupakan penduduk yang berasal dari pulau jawa yang sudah lama tinggal di Kota Banjarbaru. Rata-rata penduduk disana memang bekerja sebagai petani. Maka daripada itu, lahan yang digunakan oleh penduduk kampung sayur merupakan lahan pribadi dan digunakan sebagai mata pencaharian dengan bercocok tanam sayur maupun buah.

3.2.2. *Business Branding*

Dalam *business branding* yang menjadi fokus utama tim peneliti adalah strategi membangun platform dan Memasarkan Ekosistem Bisnis Daerah. Mengutip dari situs Kota Banda Aceh (smartcity.bandaacehkota.go.id) menyebutkan di dalam dimensi business branding ini berfokus pada "Membangun ekonomi kreatif daerah dengan mendorong semangat wirausaha melalui organisasi kepemudaan, komunitas pemuda dan pelajar serta memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan."

Terdapat beberapa platform yang sudah disiapkan oleh Pemerintah daerah Kota Banjarbaru untuk menunjang smart branding kota banjarbaru seperti Aplikasi Banjarbaru. Info, Berbasis Web Gis; Banjarbaru City Guide; BanjarbaruTV, tv streaming, dari diskominfo; Jejak digital sang pelayan, kliping elektronik/jejak digital media online dan medsos walikota/wawali/sekda; serta Forum Pokdarwis, dari Disporabudpar. Dari berbagai platform yang telah di buat oleh pemerintah Kota Banjarbaru, hanya aplikasi banjarbaru saja yang masih aktif dan bisa di instal di android. Platform yang lain setelah dicek oleh tim peneliti sudah tidak aktif lagi. Untuk pemasaran wisata diperlukannya pemasaran ekosistem perdagangan yang kondusif dan nyaman, misalnya tersedianya market place daerah.

Di kampung sayur LAURA sudah menyiapkan khusus *market place* daerah yang sangat nyaman dan mudah bagi konsumen untuk membeli secara langsung seperti sayur yang segar, seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 3. Kampung Sayur LAURA (Sumber: Peneliti, 2022)

Kampung Sayur LAURA sampai saat ini tidak ada forum khusus yang di beri mandat oleh pemerintah Kota Banjarbaru, hanya ada beberapa kelompok tani yang mengelola kampung sayur laura ini dan bukan berfokus pada pengembangan pariwisatanya. Disebutkan oleh Bapak Syafrullah selaku Lurah Landasan Ulin Utara bahwa:

"*pada kampung sayur ini tidak ada secara khusus forum pengelolaanya, hanya ada gabungan kelompok tani (GAPOKTAN), KWT (Kelompok Wanita Tani), dan Kelompok Tani Pria. Tetapi , kelompok tani tersebut bukan berarti mereka diberi tugas khusus terkait pengelolaannya, hal ini terjadi secara alami. Berbeda dengan Kampung Pelangi, yang memang dapat dikatakan adalah hal buatan, sehingga ada forum pengelolaan khusus di Kampung Pelangi terebut*." (wawancara, 23 Juni 2022).

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

3.2.3. *City Appearance Branding*

Membangun dan memasarkan wajah kota di Kampung sayur Luara memang mengalami kesulitan. Tidak adanya lahan khusus untuk dijadikan pengelolaan wisata menjadi hambatan dalam mengembangan wisata di daerah kampung sayur laura ini. Lahan yang tersedia di kampung sayur merupakan lahan pribadi yang berada di samping rumah pengelola. Sepetak tanah yang dijadikan lahan tani untuk bertani sayur dan berkebun. Tidak ada pendanaan khusus untuk pengelolaan lahan tersebut untuk dijadikan lahan wisata khusus. Bapak Syafrullah mengatakan "tidak ada bantuan secara khusus dari pemerintah kota, tetapi adanya pendampingan dari DKP3 Kota Banjarbaru terkait edukasi cara-cara perkebunan dan pertanian dan berbeda dengan bantuan untuk pengembangan pariwisata". (wawancara, 23 Juni 2022).

Untuk memasarkan dengan cara promosi dari pemerintah kota banjarbaru sudah terlaksana dan tersedia di aplikasi SIDAPAKASE untuk pengenalan kampung sayur laura. Hal ini dibenarkan oleh pihak DISPORABUDPAR Kota Banjarbaru. Bapak Wida Dewayana.

"*dari DISPORABUDPAR khusunys bidang pariwisata sudah ada promosi terkait pengenalan Kampung Sayur melalui media online, salah satunya di aplikasi SIDAPAKASE. Tetapi, kami belum ada mempromosikan secara langsung terkait Kampung Sayur*" (wawancara, 23 juni 2022)

Untuk mewujudkan penataan kembali wajah kota yang menonjolkan nilai arsitektur kampung sayur, tentu yang harus mencerminkan nilai-nilai daerah dan mengikuti dinamika modernisasi yang menginginkan sebuah tata ruang dan tata wilayah kota yang indah, bersih, rapi, dan membanggakan dengan kualitas arsitektur berkelas internasional dan hal ini memerlukan bantuan dari berbagai pihak seperti pemerintah kota, masyarakat, bahkan pihak swasta untuk pengelolaanya.

Para pihak yang membantu bisa melakukan pembangunan batas wilayah (edge), membangun penanda sebuah lokasi yang penting, berkesan bagi pengunjung (landmark), menyediakan navigasi yang unik menuju kota (*signage*), struktur jalan yang teratur (*path*), dan titik simpul kota (*node*) seperti alun-alun, simpang dan lain-lain. Menurut Bapak Wida Dewayana terkait hal pembangunan tersebut mengatakan "belum ada lahan dari pemerintah kota sehingga kami tidak bisa support untuk pembangunan infrastruktur dalam penunjang sarana dan prasaran pendukung bagi wisatawan." (wawancara, 23 Juni 2022).

3. 3. Peran Pemerintah Kota dan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Kampung Sayur LAURA

Kampung sayur Laura menjadi aspek yang penting dalam pengembangan pariwisata di Kota Banjarbaru karena merupakan kampung tematik yang menjadi salah satu *icon* Kota Banjarbaru. Berbagai pihak dilibatkan untuk mendukung pengembangan wisata ini. Masyarakat berperan aktif dan mandiri dalam mengelola kampung sayur karena memang menjadi mata pencaharian penduduk disana tanpa harus menunggu bantuan pemerintah. Pengelolaan yang dilakukan oleh penduduk di kampung sayur LAURA dibantu oleh DKP3 Banjarbaru untuk pendampingan terkait edukasi cara-cara perkebunan dan pertanian.

Menurut Bapak Wida Dewayana selaku JFT Adyadma Kepariwisataan dan EKRAF perihal peran dari pemerintah dalam melaksanakan pengembangan wisata kampung sayur sebagai berikut:

"Perda Kota Banjarbaru terkait program dalam pengembangan wisata kampung tematik memang ada sebuah rancangan namun untuk konteks kampung sayur laura saat ini belum ada" (wawancara, 23 Juni 2022)

Perihal hal tersebut menjadikan peran pemerintah di bidang pariwisata memang belum ada sampai saat ini. Pengembangan di lakukan hanya olek DKP3 Kota Banjarbaru untuk pendampingan kelompok tani baik dari bantuan alat pencocok tanam sayur atau pelatihan-pelatihan untuk kelompok tani yang ada di kampung sayur Laura. Hal ini dikemukakan oleh Bapak Suyotno sebagai Ketua Kelompok Tani Subur Rezeki sebagai berikut:

"peran dari pemerintah adalah memberikan alat-alat penunjang pertanian dan perkebunan. Saya dapat bantuan alat-alat perkebunan dan pertanian terkait kelompok tani mandiri dari Walikota Banjarbaru" (wawancara, 23 Juni 2022)

Terlepas dari peran pemerintah dalam mengelola kampung sayur LAURA, terdapat peran utama yang mengambil andil untuk menunjang keberlangsungan kampung sayur laura yaitu peran masyarakat kampung sayur laura. Bapak Syafrullah mengatakan "masyarakat berperan aktif dalam konteks pengembangan kampung sayur. Masyarakat menjadi aktor utama dalam pengembangan kampung sayur di LAURA ini. Jadi, dalam

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

konteks ini mereka sangat support, dibuktikan dengan masih banyak lahan perkebunan" (wawancara, 23 Juni 2022).

Menurut Bapak Agung pada saat diwawancarai pada tanggal 23 Juni 2022 sebagai salah satu *founder* dari Simpenan Laura (Sistem Informasi Pertanian Landasan Ulin Utara) menyatakan bahwa "respon masyarakat secara keseluruhan memang belum merata dalam mendukung kampung sayur laura, akan tetapi tiap kelompok tani dapat dikatakan ikut berperan aktif tiap ada kegiatan khusus". (wawancara, 23 Juni 2022).

4. SIMPULAN

4.1. Simpulan

Berdasarkan hasil yang didapat dari bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat tiga pilar dalam *Smart Branding* sebagai dasar Strategi Pengembangan Wisata Kampung Tematik Dalam Mewujudkan *smart city* Kota Banjarbaru (studi kasus Kampung Sayur Laura) yaitu: *Tourism Branding, Business Branding* dan *City Appearance Branding.*
2. Peran pemerintah kota khususnya dari Disporabudpar Kota Banjarbaru dalam mengembangkan wisata kampung sayur belum ada. Namun dari DKP3 Kota Banjarbaru selalu melakukan pendampingan dengan kelompok tani kampung sayur laura seperti memberikan edukasi bercocok tanam dan pelatihan-pelatihan untuk anggota kelompok tani.
3. Faktor pendukung dari pengembangan wisata kampung sayur ini bisa dilihat dari faktor alam yang memang sangat mendukung hasil tani kampung sayur, karena memiliki lahan yang sangat subur dan membuat sayuran saat panen sangat segar bahkan para pembeli bisa langsung membeli ditempat.
4. Faktor penghambat dari pengembangan wisata kampung sayur laura ini adalah tidak adanya lahan kosong dari pemerintah yang menjadi penyokong kampung sayur laura untuk dijadikan destiniasi wisata. Kurangnya persyaratan tersebut menjadikan kampung sayur laura tidak di dukung oleh pemerintah kota banjarbaru untuk menjadikan wilayah wisata bahkan fasilitas untuk destinasi wisatapun tidak ada.

4.2. Saran

Berdasarkan kendala yang dipaparkan di atas, maka saran yang diberikan oleh tim peneliti sebagai berikut:

1. Masyarakat kampung sayur laura memberikan usulan atau proposal kepada Disporabudpar Kota Banjarbaru untuk dibuatkan pokdarwis agar mempunyai kelompok yang khusus menangani destinasi wisata kampung sayur dan menjadikan wadah untuk bisa berkomunikasi dengan Disporabudpar.
2. Adanya promosi melalui plaltform khusus untuk kampung sayur laura agar lebih dikernal oleh masyarakat luar kota banjarbau agar bisa dikenal banyak orang. Promosi baik dari masyarakat melalui media masa maupun promosi secara langsung oleh Disporabudpar Kota Banjarbaru. Tidak hanya berfokus pada kampung tematik yang lain saja.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sangat berterima kasih yang mendalam kepada Universitas Lambung Mangkurat khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) atas dukungannya pada penelitian yang kami lakukan melalui skema Program Dosen Wajib Meneliti Tahun Anggaran 2022 dengan Surat Penugasan No. 023.09/UN8.2/2022 tanggal 01 April 2022.

6. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kota banjarbaru. (2021). *Kota Banjarbaru Dalam Angka 2021* (B. K. Banjarbaru (ed.)). BPS Kota Banjarbaru.

Bagong, S., & Sutinah. (2011). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan* (6th ed.). Kencana.

Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2009). *Smart cities in Europe* (Serie Rese). VU University Amsterdam.

Cohen, B. (2013). *What exactly a smartcity?* Www.Boydcohen.Com.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

Haswar, A. M., & Setyaningrum, P. (2022). *Bukan Lagi di Banjarmasin, Ibu Kota Provinsi Kalsel Pindah ke Banjarbaru*. Kompas. https://regional.kompas.com/read/2022/02/24/122011278/bukan-lagi-di-banjarmasin-ibu-kota-provinsi-kalsel-pindah-ke-banjarbaru?page=all.

KARYA, S. C. (2020). *Kota Cerdas*. Http://Sim.Ciptakarya.Pu.Go.Id/. http://sim.ciptakarya.pu.go.id/kotabaru/site/konsepkotabaru/21#:~:text=Kota Cerdas (smart city) adalah sebuah konsep kota cerdas%2F,kejadian yang tak terduga sebelumnya.

Karyono, H. (1997). *Kepariwisataan*. Grasindo.

Kota, B. (n.d.). *Smart Branding*. Data.Bimakota.Go.Id. https://data.bimakota.go.id/smart-branding

KULONPROGO, S. (n.d.). *Smart Branding*. Smartcity.Kulonprogokab.Go.Id. http://smartcity.kulonprogokab.go.id/smart_branding

Mursalim, S. W. (2017). Implementasi Kebijakan Smart City di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Administrasi*, *14*, 126–138.

Peraturan Daerah Kota Banjarbaru Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Tahun 2019-2034, Pub. L. No. Nomor 3, 1 (2019).

Pratama, I. P. A. E. (2014). *Smart City Beserta Cloud Computing dan Teknologi-teknologi Pendukung Lainnya*. Informatika.

Rachmawaty, S. N., & Wulansari, A. (2021). Pkm Tetap Produktif Di Masa Covid 19 Dengan Diversifikasi Produk Pangan Bergizi Di Kampung Sayur Kelurahan Landasan Ulin Utara Banjarbaru. *Pro Sejahtera*, *3*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syarifa, N. H., & Wijaya, A. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Pemberdayaan melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus di Kampung Batik Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang). *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, *8*(1), 515–531.

Team, E. (n.d.). *"Smart Branding" – Membangun Branding*. Www.Pindexain.Com. Retrieved February 12, 2022, from https://www.pindexain.com/opini-smart-branding/

Wahyudhi, M. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. In *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*.

Wiryokusumo, I. (2011). *Dasar-dasar Pengembangan Kurikulum*. Bumi Aksara.

Zidane, C. (2021). *Sentra Jajanan Sehat Di Kampung Sayur Landasan Ulin Utara Banjarbaru*. Universitas Lambung Mangkurat.

Zidane, C., & Oktaviana, A. (2021). Sentra Jajanan Sehat Di Kampung Sayur Landasan Ulin Utara Banjarbaru. *Lanting Journal of Architectur*, *10*(2), 87–96. https://doi.org/https://doi.org/10.20527/lanting.v10i2.806

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat